

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

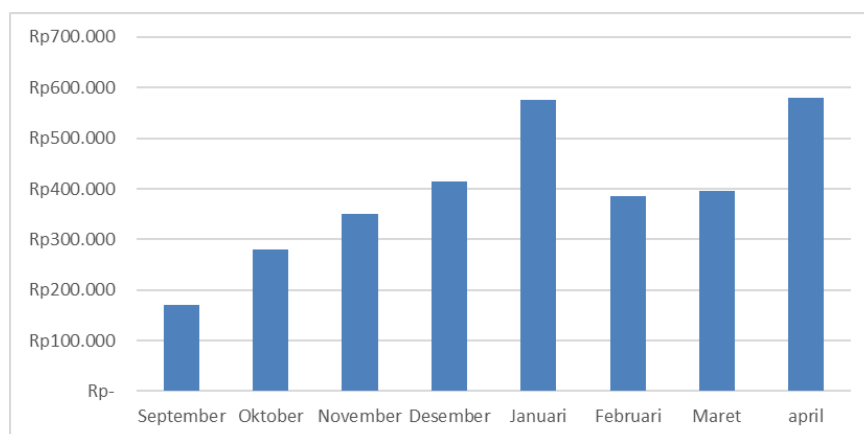
Pakaian merupakan salah satu kebutuhan primer bagi manusia, tanpa pakaian, kebutuhan primer seseorang menjadi tidak lengkap. Kebutuhan primer merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi oleh setiap individu seperti kebutuhan sandang, pangan dan papan. Pakaian itu sendiri merupakan salah satu contoh kebutuhan sandang yang digunakan untuk menutupi serta melindungi anggota tubuh. Selain untuk menutupi dan melindungi tubuh, pakaian juga digunakan untuk menunjang gaya penampilan seseorang. Karena seiring dengan perkembangan zaman, pakaian sudah menjadi simbol dari gaya hidup saat ini yang membuat permintaan akan kebutuhan pakaian menjadi cukup besar. Hal ini dapat dilihat berdasarkan data yang menunjukkan bahwa kebutuhan penduduk Indonesia terhadap pakaian saat ini sudah mencapai 7.5 kg untuk rata-rata per kapita/tahunnya (Maizer, 2016). Oleh karena itu, dengan kebutuhan pakaian yang cukup besar, sektor industri tekstil dan pakaian ini memiliki peluang dalam meningkatkan salah satu industri di Indonesia.

Dari peluang industri tekstil dan pakaian yang sudah terbuka, nantinya akan memberikan kontribusi yang cukup besar dalam meningkatkan PDB atau Produk Domestik Bruto di Indonesia. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan pernyataan yang disampaikan oleh menteri perindustrian yang mengungkapkan bahwa industri tekstil dan pakaian mampu menyumbang 1.17 persen pada PDB triwulan ketiga tahun 2015. Dengan peluang industri tekstil yang cukup besar, membuat kontribusi industri tekstil dan pakaian terhadap perkembangan ekonomi Indonesia juga semakin luas. Hal ini pun juga terbukti dari banyaknya investor luar negeri seperti taiwan dan thailand yang menyatakan minatnya untuk berinvestasi di Indonesia (Supriadi, 2016). Besarnya peluang dan kontribusi industri tekstil dan pakaian di Indonesia membuat para pemilik industri ini terus melakukan pengembangan pada usahanya.

Besarnya persaingan merupakan salah satu tanda perkembangan pada usaha ini sudah semakin besar. Hal ini pun juga ditandai dengan munculnya berbagai jenis produk berkualitas dengan harga bersaing dalam pemasaran. Dengan adanya

persaingan ini tentu menuntut setiap perusahaan untuk menarik konsumen dengan menerapkan cara yang tepat dalam memenuhi target penjualan. Inovasi yang dapat memenuhi kebutuhan serta selera konsumen adalah suatu keharusan yang diperlukan jika pelaku bisnis tidak ingin kehilangan konsumennya. Selain itu dengan menerapkan strategi ini nantinya permintaan pun akan menjadi bertambah. Dalam hal ini, perusahaan perlu menawarkan produk yang sesuai dengan permintaan konsumen. Karena perkembangan zaman ini menuntut perusahaan untuk menyesuaikan hasil produk dengan kebutuhan konsumen. Untuk itu, upaya yang dapat dilakukan perusahaan adalah dengan melakukan pengembangan produk, dalam menerapkan cara tersebut perusahaan harus menawarkan produk yang mampu bersaing sehingga peluang untuk meningkatkan penjualan semakin besar.

Hi.nc merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang industri tekstil dan pakaian yang ingin mengembangkan usahanya. Hi.nc sendiri saat ini sudah memproduksi serta menjual beberapa produk pakaian seperti kaos, kemeja dan kerudung. Hi.nc baru melakukan pemasaran serta penjualan secara *online* dengan memanfaatkan media sosial sebagai media pemasarannya. Akan tetapi, karena Hi.nc merupakan perusahaan yang baru merintis, Target penjualan Hi.nc masih jauh dari target yang ditentukan.

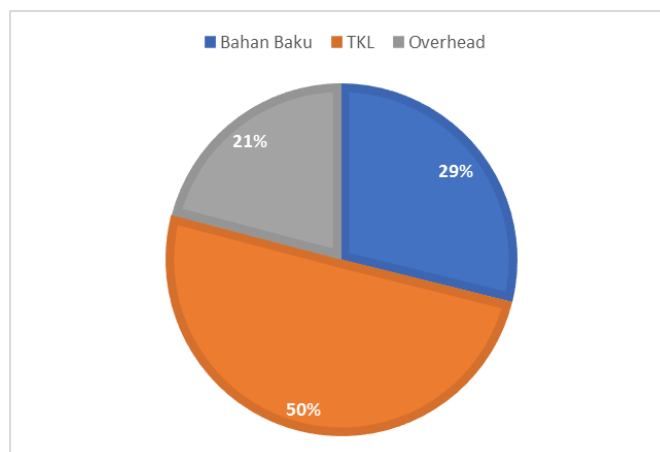


Gambar I. 1 Penjualan Hi.nc

(Sumber : Data Penjualan Hi.nc)

Gambar I.1 merupakan tingkat pendapatan Hi.nc setiap bulannya, yang menunjukkan bahwa pendapatan Hi.nc masih belum stabil. Meski ada peningkatan pendapatan pada bulan September 2016 sampai dengan Januari 2017.

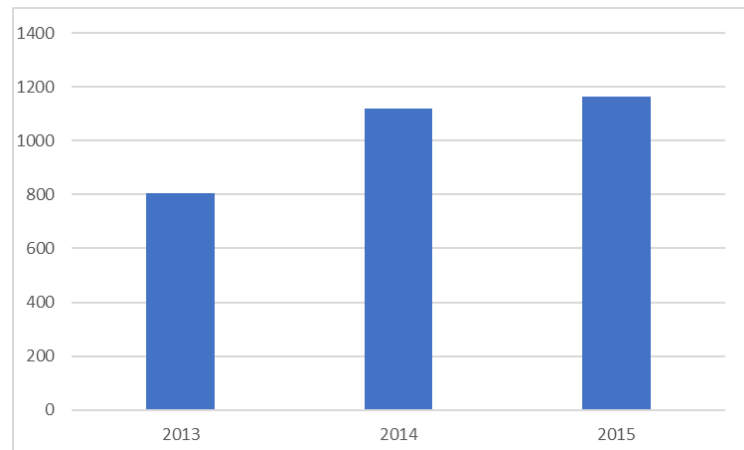
Terdapat penurunan di bulan Februari yang disebabkan oleh banyak faktor, yang pertama akibat produk yang kurang bervariasi sehingga konsumen menjadi kurang tertarik pada produk yang ditawarkan. Produk yang kurang bervariasi ini pun diketahui karena banyaknya konsumen yang meminta jenis produk diluar produk yang dimiliki Hi.nc dan saat hal itu terjadi, Hi.nc selaku perusahaan tidak bisa memenuhi permintaan tersebut karena masalah yang dimiliki Hi.nc setiap melakukan proses produksi, tidak adanya tempat produksi sendiri menjadi penyebab sulitnya memenuhi permintaan tersebut. Tempat produksi yang ada sebelumnya merupakan tempat sewaan yang dibayar setiap Hi.nc ingin melakukan proses produksi. Untuk itu, setiap kali produksi Hi.nc harus mengantri dengan perusahaan lain dan mengeluarkan biaya lebih untuk membayar listrik dan pekerja yang disewa, sehingga pengeluaran yang dikeluarkan tentu jauh lebih besar. Hal itu dapat dilihat berdasarkan pada Gambar I.2 yang menunjukkan biaya produksi dalam 1 bulan diawal produksi, dari grafik tersebut dapat dilihat bahwa biaya produksi dapat mencapai 50% untuk hanya untuk biaya tenaga kerja langsung dan 21% untuk biaya overhead yang menyebabkan besarnya biaya produksi untuk setiap kali produksi, terlebih lagi dengan tenggang waktu produksi yang tidak bisa ditentukan membuat perusahaan merasa tidak diuntungkan.



Gambar I. 2 Persen Produksi pada 1 bulan
(Sumber: Data Produksi Hi.nc)

Selain pada proses produksi, Hi.nc juga ingin mengembangkan dari segi tempat penjualan. Seperti yang diketahui Hi.nc selama 8 bulan ini baru melakukan penjualan secara *online*, melihat peluang pasar pada usaha ini cukup besar, Hi.nc memiliki rencana pengembangan dengan membuat toko *offline* atau outlet Hi.nc

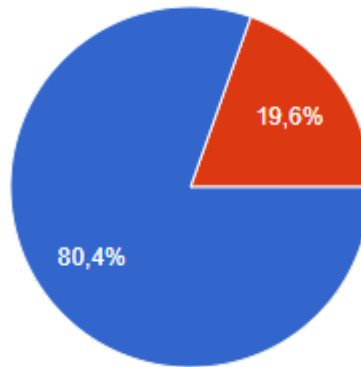
untuk para konsumen yang ingin melakukan transaksi pembelian secara langsung. Pendirian tempat produksi dan toko offline ini pun direncanakan didirikan di kota Tangerang, hal ini di dasari karena melihat peluang kota Tangerang yang cukup besar pada industri pengolahan salah satunya industri tekstil dan pakaian jadi.



Gambar I. 3 Perkembangan Industri Pengolahan
(Sumber: Pemerintah Kota Tangerang)

Gambar I.3 merupakan perkembangan jumlah industri pengolahan di kota Tangerang setiap tahunnya, dapat dilihat bahwa perkembangan jumlah pengolahan seperti industri tekstil dan pakaian jadi selalu meningkat disetiap tahun di kota Tangerang yang membuktikan bahwa peluang pada industri pengolahan ini cukup besar. Hi.nc memanfaatkan berbagai peluang tersebut untuk mendirikan toko *offline* dan tempat produksi dalam satu bangunan..

Namun seperti yang diketahui bahwa mendapat kepercayaan konsumen tidaklah mudah. Terlebih lagi dengan besarnya tingkat kejahatan *online* di Indonesia yang sudah mencapai 26% (Dewi, 2016) yang mengakibatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk *online* menjadi berkurang, Hal tersebut dapat dibuktikan berdasarkan survey IDEA yang menunjukkan bahwa sekitar 42% responden mengaku kecewa dengan kualitas produk toko *online* yang seringkali tidak sesuai. Kekecewaan ini tentu sangat berdampak kepada toko *online* lainnya. mengantisipasi hal tersebut, Hi.nc melakukan data survei kepada konsumen terkait keinginan perusahaan untuk membuka toko *offline* sendiri, dan didapatkan hasil bahwa sekitar 80,4% konsumen Hi.nc menyatakan perlu adanya pendirian Toko *offline* untuk memudahkan konsumen yang ingin melihat ataupun mencoba langsung pakaian tersebut sebelum membeli.



Gambar I. 4 Pendirian Toko Menurut Konsumen

Oleh karena itu, dari permasalahan dan keinginan tersebut, Hi.nc selaku toko *online* memutuskan untuk mengembangkan usahanya dengan membuka tempat proses produksi dan toko sendiri untuk konsumen yang ingin melihat dan melakukan pembelian secara langsung. Hal ini dilakukan selain untuk memudahkan proses produksi, Hi.nc ingin dapat menumbuhkan kepercayaan konsumen dengan adanya toko ini agar dapat meningkatkan penjualan Hi.nc kedepannya, karena dengan memiliki toko dan tempat produksi sendiri, selain untuk meminimasi biaya, diharapkan konsumen juga lebih percaya dengan produk yang dijual. Namun karena persaingan yang semakin ketat, dan kekhawatiran pemilik perusahaan sebagai perusahaan *start up* dalam melakukan pengembangan ini membuat Hi.nc memerlukan pengujian analisis kelayakan terlebih dahulu untuk mengetahui apakah jika Hi.nc melakukan pengembangan toko akan menunjukkan kelayakan atau tidak untuk perusahaan kedepannya.

I.2 Rumusan Masalah

Hi.nc saat ini ingin melakukan pengembangan pada usahanya, akan tetapi karena adanya persaingan yang cukup ketat, Hi.nc perlu menganalisis terlebih dahulu untuk mengetahui keinginan serta kepentingan menurut konsumen dengan adanya outlet toko. Berdasarkan dari penjelasan diatas, Untuk mengetahui hasil analisis tersebut, Hi.nc membutuhkan beberapa aspek yang perlu di uji. Berikut permasalahan yang akan ditinjau dari penelitian ini:

1. Bagaimana kelayakan bisnis pengembangan toko dari segi aspek pasar?

2. Bagaimana kelayakan bisnis pengembangan toko dari aspek teknis?
3. Bagaimana kelayakan bisnis pengembangan toko dari segi aspek finansial?
4. Bagaimana Sensitifitas Perusahaan jika dilakukan kenaikan atau penurunan biaya?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini berdasarkan dengan identifikasi masalah yang sudah dipaparkan sebelumnya adalah:

1. Menentukan kelayakan bisnis pengembangan toko di Hi.nc dari segi aspek pasar
2. Menentukan kelayakan bisnis pengembangan toko dari segi aspek teknis
3. Menentukan kelayakan bisnis pengembangan toko dari segi aspek finansial.
4. Dapat melihat sensitifitas perusahaan terhadap kenaikan bahan baku dan harga.

I.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat, antara lain:

1. Hasil penelitian ini akan berguna untuk pengambilan keputusan yang akan diambil kedepannya.
2. Dapat menjadi hasil pertimbangan dalam mengembangkan usaha.
3. Jika layak, usaha ini dapat terus dijalankan dan dapat membantu mengurangi pengangguran.

I.5 Batasan dan Asumsi Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ini, penulis memiliki beberapa batasan masalah pada penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Kondisi ekonomi, inflasi dan suku bunga yang dianggap stabil selama periode analisis
2. Aspek legal tidak dibahas pada penelitian ini karena usaha baru akan didirikan, namun prosedur legalitas usaha yang terkait dapat dilihat pada lampiran I.
3. Aspek lingkungan tidak dibahas pada penelitian ini karena tidak menyebabkan pencemaran lingkungan.
4. Asumsi persenan pertumbuhan penduduk setiap tahun dianggap sama.

I.6 Sistematika penulisan

Untuk memahami secara jelas mengenai penelitian yang dilakukan, dibuatlah sistematika penulisan yang berisi mengenai informasi mengenai teori dan materi yang dibahas pada setiap bab. Berikut sistematika penulisan pada penelitian ini:

Bab I PENDAHULUAN

Bab 1 berisi penjelasan tentang informasi umum seperti latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat, metodologi, sistematika penulisan.

Bab II KAJIAN TEORI

Bab ini berisi mengenai teori-teori yang digunakan pada penelitian yang seluruh referensinya terdapat dari buku.

Bab III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang model pemikiran dan penyelesaian masalah yang dilakukan. Selain itu pada model ini juga berisi lokasi dan waktu penelitian, subjek penelitian, prosedur penelitian, metode pengumpulan data dan analisis data yang terkait.

Bab IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini menjelaskan mengenai pengumpulan dan pengolahan data yang digunakan pada saat penelitian untuk menyelesaikan masalah yang dikaji.

Bab V ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai analisis dan pembahasan yang diuraikan berdasarkan tujuan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan dan rekomendasi yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya.